

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DESIGN

KAREEN ANDRADE LITAIF

***SERVICE DESIGN: APLICAÇÃO DE ABORDAGENS
PARTICIPATIVAS E EMPÁTICAS PARA O
DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO***

Brasília – DF

2016

KAREEN ANDRADE LITAIFF

***SERVICE DESIGN: APLICAÇÃO DE ABORDAGENS PARTICIPATIVAS E
EMPÁTICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVO***

Relatório apresentado ao Departamento de Desenho Industrial como requisito parcial para aprovação em Diplomação e obtenção do título de bacharel em Design - Programação Visual orientado pela Prof^a. Dr^a. Andrea Castello Branco Judice .

Brasília – DF

2016

AGRADECIMENTOS

A João de Amorim Litaiff Júnior, meu amado pai, por acreditar em mim quando eu mesma não acreditava. Por seu amor incondicional e lições de vida que me fazem uma pessoa melhor. Tenho orgulho de poder chamá-lo de pai.

A Claudia Rita Andrade Litaiff, melhor mãe do mundo, por ser meu porto seguro. Por me ensinar os truques de cozinha e as delícias doces que só você faz. Por me ensinar a quebrar preconceitos todos os dias. E por fim, pelo abraço que só uma mãe pode dar.

Aos meus irmãos queridos, Juliana Andrade Litaiff e João Gabriel Andrade Litaiff, por me fazerem companhia nos momentos felizes e tristes. Saber que posso contar com vocês me dá coragem de tomar decisões e correr riscos que sozinha eu talvez não conseguiria.

Aos meus avós, Dirce Fahel Andrade, Clésio Manoel Vieira de Andrade e Yolanda da Costa Litaiff, pelas rezas e preocupações. Mesmo longe, sinto o amor e carinho de vocês bem forte do meu lado.

Aos professores, Ana Claudia Maynardes e Marcelo Judice, por me fazerem me apaixonar ainda mais pela profissão que escolhi. Trabalhar ao lado de vocês foi maravilhoso e só posso desejar ter futuros colegas de trabalho tão divertidos como vocês foram. Obrigada pelas risadas.

A Andrea Castello Branco Judice, pela paciência e orientação no último ano. Por me ensinar o real significado do que é ser educador e me ajudar a sonhar alto pelo meu futuro. Pelos cafés às 7h da manhã na UnB e mensagens de desespero na madrugada. Você me ensinou a passar por dificuldades com um sorriso no rosto pois sabemos que tudo dará certo no fim.

Aos meus melhores amigos, Laís Nery, Victor Cardoso, Nina Vilas Boas, Priscilla Flôres e Brenda Lopes. Com vocês eu ri, chorei, dancei, viajei e espero poder continuar tudo isso pelos muitos anos que virão. Juntos, nós somos a prova

viva de que não é preciso concordar com tudo para se ter um bom amigo. E sorte a minha, eu tenho cinco.

Aos meus companheiros designers viajantes, Eduardo Oliveira, Letícia Panichi e Douglas Abelino, por terem feito do Reino Unido um lugar mais ensolarado. Passar por essa experiência com a ajuda de vocês foi, sem dúvida, muito importante. Desejo a cada um de vocês o mesmo sucesso e felicidade que sei que vocês desejam por mim.

RESUMO

O presente projeto propõe a aplicação e a implicação do design de serviços, trazendo em seu bojo métodos participativos e empáticos, em regiões do Distrito Federal com a finalidade de desenvolver um aplicativo móvel. O objetivo é desenvolver uma ferramenta (aplicativo) que auxilie a aplicação de metodologias participativas voltadas para o fortalecimento do empreendedorismo por meio da economia criativa. Com as devidas observações e análises é possível apurar a maneira mais eficiente de transmitir tais metodologias de projeto, como adaptação em diferentes mídias e formatos, para que seus usuários possam aplicá-las em futuros empreendimentos. A metodologia aplicada neste projeto tem foco no design participativo escandinavo e no design empático finlandês. Como resultado final foi desenvolvido um aplicativo a partir de requisitos que foram levantados em contexto, por meio de métodos etnográficos. Os pesquisadores envolvidos escolheram os métodos pilotos para serem testados no aplicativo. A realização do aplicativo, desde a geração de alternativas de funcionalidade até a construção da interface gráfica, deu-se no contexto da universidade. O produto final ainda será testado em contexto real, seus impactos serão avaliados e as correções serão feitas.

Palavras-chave: Metodologias participativas; Design de Serviços; Aplicativo Móvel; Comunidade.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Etapas Service Design Thinking	13
Figura 2 – Service Design: Entender.....	13
Figura 3 – Service Design: Definir.....	14
Figura 4 – Service Design: Idealizar.....	15
Figura 5 – Evernote	16
Figura 6 – Google Keeper	16
Figura 7 – Homeslice.....	17
Figura 8 – Painel Semântico	19
Figura 9 – Horta Comunitária	20
Figura 10 – Paleta de Cores.....	20
Figura 11 – Logotipo.....	21
Figura 12 – Ícone de Aplicativo	21
Figura 13 – Mapa Mental.....	23
Figura 14 – Entrevista Empática	24
Figura 15 – Desenhos e Colagens	25
Figura 16 – Protótipo	26
Figura 17 – Arquitetura de Informação.....	27
Figura 18 – Service Design: Prototipar.....	28
Figura 19 – Tela com ícone.....	28
Figura 20 – Telas de Menu: Inicial/Ferramentas/Projetos.....	29
Figura 21 – Telas de Ferramentas	30
Figura 22 – Tela de Detalhes da Ferramenta.....	30
Figura 23 – Tela de Menu Projetos/Tela de Novo Projeto	31
Figura 24 – Telas Projeto/Metodologias/Notas	32
Figura 25 – Service Design: Testar	33

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
	1.1. Contextualização	7
	1.2. Questão Norteadora	8
	1.3. Objetivo Geral	8
	1.4. Objetivos Específicos	8
	1.5. Apresentação do Relatório	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO	9
	2.1. Economia Criativa	9
	2.2. Comunidade	10
	2.3. Service Design Thinking	10
3	METODOLOGIA	13
	3.1. Arquitetura da Informação	15
	3.2. Naming	18
	3.3. Identidade Visual	19
4	RESULTADOS.....	22
	4.1. Conteúdo	22
	4.2. Arquitetura da Informação.....	27
	4.2. Telas Finais	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS E TRABALHOS FUTUROS	33
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o papel do designer na sociedade e como este trabalha para a melhoria de vida de todos é discutido com mais frequência por profissionais de todas as áreas. O mundo contemporâneo, cada vez mais integrado, vem se expandindo e evoluindo de forma que a tecnologia se torna mais presente, podendo-se dizer, inclusive, mais essencial. Cabe então ao designer contribuir como mediador em processos diversos de maneira a compreender todas as etapas do desenvolvimento de um serviço: conceituação, entrega e pós vida.

Indivíduos ativos de suas respectivas comunidades possuem um papel importante para o seu desenvolvimento. Porém, percebe-se em muitos locais uma necessidade de importar toda essa informação para que o potencial econômico e social se expanda e evolua.

O design permite que utilizemos variados meios de transmissão de informação, desde o papel até o digital. Dessa forma, torna-se possível beneficiar-se da ampla variedade de opções para tal serviço. A escolha de se utilizar de um aplicativo para *smartphone* para realizar o projeto proposto foi feita não só por decisão própria, mas também pelo fato de que o número de aparelhos móveis vem crescendo a cada ano e tornando-se presente no dia a dia da maioria dos cidadãos. Sua plataforma digital possibilita o uso de recursos ilimitados de diferentes mídias e proporciona uma interação direta entre o conteúdo e o usuário.

A motivação para o desenvolvimento deste projeto surgiu a partir do meu trabalho como pesquisadora no Observatório de Economia Criativa no Distrito Federal (DF). Trabalhando com metodologias participativas em comunidades do DF, foi percebido o quanto o design de serviço e o design participativo permitem que a comunidade se envolva no processo de resolução de problemas em contexto real e de forma engajada. Isso em vista, partindo de uma demanda da própria comunidade, resolveu-se desenvolver um aplicativo móvel que possibilite aos usuários aplicar o Design de Serviços como ferramenta de apoio à transformação social, tendo como foco, desenvolver a criatividade e o pensamento empreendedor.

1.1. Questão Norteadora

Como traduzir, de maneira eficiente, ferramentas do Design de Serviços para o público-alvo deste estudo?

1.2. Objetivo Geral

O objetivo geral deste projeto é desenvolver um protótipo de aplicativo que servirá como *toolkit* para a aplicação de metodologias participativas voltadas inicialmente para comunidades do DF como parte de uma demanda surgida dos trabalhos feitos por meio do Observatório de Economia Criativa do DF.

1.3. Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do projeto são:

- analisar a comunidade alvo;
- compreender as suas reais necessidades;
- auxiliar na solidificação de sua identidade cultural dentre e fora da comunidade.
- desenvolver etapas para criação do aplicativo, aplicando conhecimento de estudos prévios.

1.4. Apresentação do Relatório

O presente relatório apresentará a definição e interpretação dos conceitos utilizados para o estudo, seguido das etapas para o desenvolvimento do aplicativo proposto.

A definição dos termos utilizados se dá com o intuito de esclarecer a direção que o projeto toma nas diferentes etapas de um processo de design.

Em seguida, são descritas as etapas e metodologias utilizadas para o desenvolvimento do conteúdo, arquitetura da informação (AI) e identidade visual do protótipo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A área do design a ser estudada neste projeto possui uma variedade de definições e conceitos uma vez que as bordas de suas sub áreas ainda são turvas e se intersectam no imenso círculo que chamamos de Design. Para que a pesquisa feita possa ser entendida sem ser aberta a outras interpretações é necessário então primeiramente definir os conceitos norteadores do processo. São abordados os conceitos de economia criativa; comunidade; e *service design thinking*.

2.1. Economia Criativa

O Plano da Secretaria da Economia Criativa afirma que:

Na sociedade do conhecimento e das novas tecnologias, a economia da cultura vem se ampliando, transfigurando-se em uma economia criativa. Essa nova economia, que ultrapassa as linguagens artísticas e as culturas populares, passa a dominar novos segmentos (novas mídias, games, softwares) e a agregar novos valores às indústrias tradicionais (design, arquitetura, moda), tomando hoje grande importância nas diversas regiões do planeta. (2011, p.45)

Economia Criativa são atividades nas quais a criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima para a criação, produção e distribuição de bens e serviços (HOWKINS, 2001).

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas define Economia Criativa como um termo criado para nomear modelos de negócio ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda (SEBRAE, 2016)

Como mostrado, o conceito de Economia Criativa ainda se apresenta muito amplo e diferenciado a partir da região e contexto em que se é trabalhado. Levando em consideração o estudo deste projeto, a Economia Criativa é

estabelecida em um contexto de bens e serviços, por isso o nome “economia”. Há de visar criação de organizações políticas ligadas à tecnologia e à criatividade para crescimento econômico, produzindo intelecto e conteúdo.

Engloba setores de cultura, moda, design, música, artesanato, softwares, jogos, cinema, fotografia e mais uma gama de atividades conhecidas pela criatividade.

2.2. Comunidade

À primeira vista, costuma-se definir “comunidade” como sendo um conjunto de pessoas/estrutura de nível social baixo, usada muitas vezes de maneira pejorativa.

O Centro de Referências em Educação Integral (2014) define “Comunidade” como “ [...] grupo de pessoas que compartilham algo em comum, como uma história comum, um objetivo comum, uma determinada área geográfica ou práticas comuns, como as comunidades quilombolas, as comunidades virtuais e as comunidades escolares.”

Ao analisar percebe-se que o sentido de “comunidade” se estende para todo e qualquer grupo de pessoas/estruturas que possuem uma identidade em comum. Seja comunidade acadêmica, comunidade esportiva, e mesmo comunidades marginalizadas.

Para o propósito deste trabalho, entender-se-á o conceito de comunidade da maneira mais abrangente porém levando em consideração de que seus indivíduos não possuem um conhecimento formal, e até mesmo prático, das metodologias a serem ensinadas.

2.3. Service Design Thinking

A constante mudança de conceitos e modelos de organizações demanda que todos os profissionais evoluam junto ao mercado econômico. Como consequência

dessas transformações criou-se um ecossistema que associa elementos de ordem econômica, social e tecnológica. Surgiu então o conceito de *Design Thinking* para auxiliar no desenvolvimento de novas soluções.

Uma área que trabalha com a compreensão das necessidades de algum determinado serviço de maneira empática aos clientes com o objetivo de melhorar e/ou inovar propostas.

Stickdorn e Schneider (2014) apresentam variados conceitos de diferentes autores sobre o conceito de *Design Thinking* aplicado em serviços, ou *Service Design Thinking*. Salvo algumas variações sobre as margens do que o Design de Serviços fornece, é possível sintetizar os diversos conceitos para que se atendam as necessidades do projeto proposto. Tal como:

O design de serviços é uma especialidade dentro do design que ajuda a desenvolver e a entregar bons serviços ou serviços de qualidade (“great services”). Os projetos de design de serviços melhoram fatores como facilidade de uso, satisfação, lealdade e eficiência, atuando em variados contextos, como ambientes, comunicações e produtos – incluindo as pessoas responsáveis pela entrega do serviço. (2014, p.34)

Para que tais propostas estejam de acordo com as diretrizes que Stickdorn definiu, ele também aponta 5 princípios do *Service Design Thinking*, sendo eles: Centrado no usuário; Cocriativo; Sequecial; Evidente e Holístico.

Primeiramente, para entender como um serviço pode ser valorizado é necessário antes de tudo compreender seus usuários, seus hábitos, cultura e motivações. E apenas depois disso estabelecer uma linguagem comum.

A seguir, ser cocriativo apresenta uma maneira de integrar todos os *stakeholders* no processo de criação. Como cada integrante da linha de processo de um serviço possui diferentes papéis isto pode apresentar alguma dificuldade. Porém, é possível se utilizar da linguagem comum considerada anteriormente para facilitar o progresso. Um ambiente de cocriação serve também para auxiliar na melhor comunicação de todos os agentes ativos do serviço.

É importante determinar as diferentes etapas com as quais o designer tem de lidar. Isto não quer dizer, entretanto, que o processo necessariamente terá um caminho linear de mão única. Divide-se o processo em etapas para estabelecer melhor o ritmo enquanto se analisa e apura cada etapa individualmente.

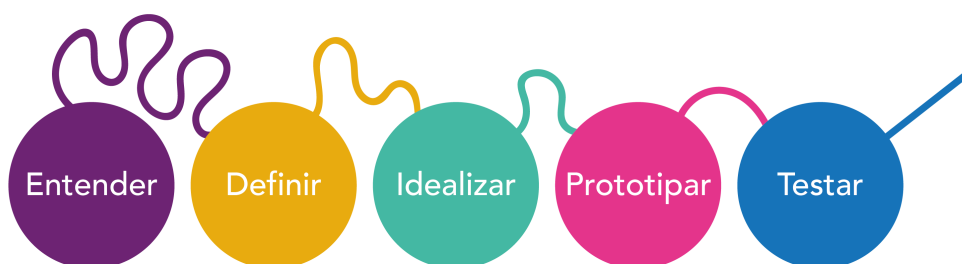
Um princípio essencial é objetivar o subjetivo. Ao evidenciar um serviço intangível se prolonga a experiência do usuário, valorizando assim a percepção que se tem do produto/serviço. Este passo pode se concretizar de maneira literal com um objeto físico ou de outras maneiras como brindes, cartões fidelidade e outros.

Enfim, recomenda-se um estudo do panorama geral em que o serviço é operado. Um passo verdadeiramente custoso, porém é dever do designer olhar da forma mais ampla para o contexto dentro do qual o processo ocorre. Sempre buscando a melhoria da experiência dos usuários, satisfação dos indivíduos e integração de processos para atingir o sucesso.

3 METODOLOGIA

Adaptando-se os fundamentos de *Service Design Thinking* são definidas cinco macro fases a serem realizadas durante o projeto, como demonstrado na figura 1.

Figura 1 – Etapas Service Design Thinking



Fonte: Baseado em *Virtual Crash Course*, Universidade de Stanford

Antes de mais nada, foi necessário identificar qual ação – objetivo – seria o foco de resolução o projeto. Ao acompanhar o Observatório de Economia Criativa do DF em suas práticas, notou-se uma demanda da comunidade de criação de políticas públicas voltadas para a divulgação e organização de atividades que compreendiam setores da Economia Criativa. Logo, era fundamental definir o que seria feito de maneira a apresentar resultados criativos e inovadores.

Figura 2 – Service Design: Entender



Fonte: Elaborado pela autora

Estudos feitos por órgãos como o IPEA¹ e CODEPLAN² serviram para mapear e comparar o mercado relacionado à Economia Criativa. Foi identificada uma necessidade de geração de emprego e renda devido ao aumento da população não só no DF mas nos municípios vizinhos. A economia criativa vem crescendo e assumindo grande importância no mercado de trabalho. Entretanto, as políticas econômicas, no Distrito Federal, se restringem, em maioria, nas áreas de indústria. Há então uma carência de estímulos em outros setores culturais.

Figura 3 – Service Design: Definir



Fonte: Elaborado pela autora

Levando em consideração os estudos citados, foi determinado que seria necessário um sistema de fácil divulgação e distribuição voltado inicialmente para os setores carentes do mercado criativo, de modo a incentivar o empreendedorismo social de dentro da própria comunidade.

Além disso, há o crescente uso de dispositivos móveis em todo o país por diferentes setores econômicos. Esta tecnologia atrelada ao propósito anteriormente determinado faz com que concepção de um aplicativo para dispositivos móveis seja uma opção conveniente e útil.

¹ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

² Companhia de Planejamento do Distrito Federal

3.1. Arquitetura de Informação

Uma vez que foi determinado que seria feito um aplicativo para dispositivos móveis, o próximo passo foi a elaboração das funcionalidades que este apresentaria. Por conta da dimensão que o aplicativo poderia tomar, foi necessário delimitar especificamente qual seria sua função para o propósito deste projeto. Uma vez testado e desenvolvido, novas funções e interações poderiam ser adicionadas e/ou modificadas em projetos futuros.

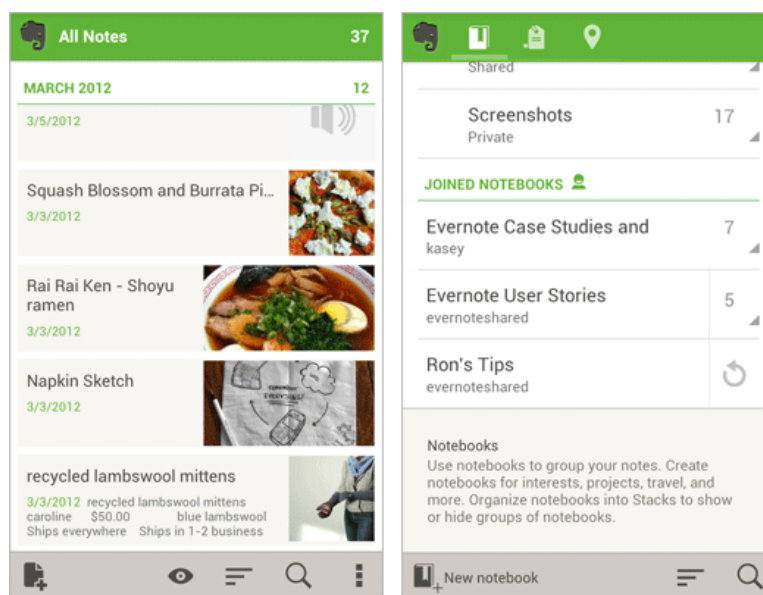
Figura 4 – Service Design: Idealizar



Fonte: Elaborado pela autora

Inicialmente, foi feita uma breve pesquisa de aplicativos já existentes que pudessem servir de inspiração mesmo que estes não fossem direcionados diretamente à ideia original. Aplicativos como Evernote, Homeslice e Google Keep chamaram especial atenção devido a simplicidade de criar listas e notas em blocos, servindo assim de inspiração para um modelo de organização de projetos pessoais no aplicativo desenvolvido.

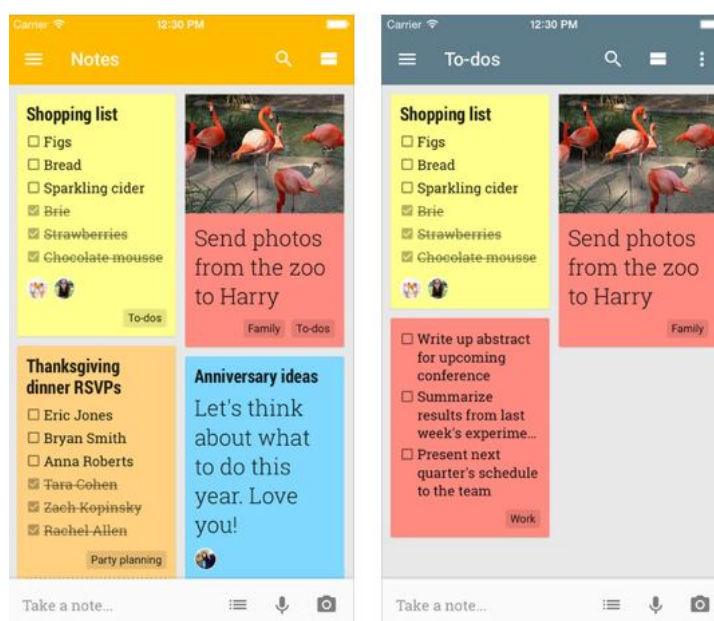
Figura 5 – Evernote



Fonte: <https://blog.evernote.com/blog/2012/05/15/the-all-new-evernote-4-0-for-android/>

Na Figura 5, por exemplo, são apresentadas telas do aplicativo Evernote, desenvolvido para organização de tarefas, compartilhamento de conteúdo e outras funções. Suas listas representadas em blocos permitem o fácil acesso à informação.

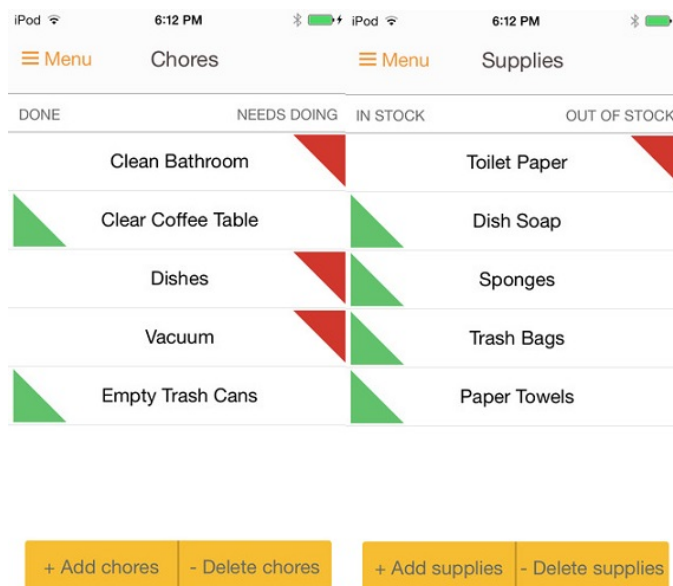
Figura 6 – Google Keeper



Fonte: <http://www.macrumors.com/2016/06/30/google-keep-intelligent-organization-feature/>

O aplicativo Google Keeper (Figura 6) também trabalha com blocos, porém, de forma a simular lembretes em papel *post-it* com diferentes cores podendo também adicionar fotos.

Figura 7 – Homeslice



Fonte: https://www.aptoide.com/app/com.homesliceapp/homeslice?lang=pt_BR

Por último, foi estudado o aplicativo Homeslice (Figura 7). Semelhante ao Evernote, porém voltado para afazeres domésticos, ele apresenta simples listas de tarefas que o próprio usuário adiciona as classificando entre “Em estoque” e “Fora de estoque”.

Todos os aplicativos mencionados apresentam estruturas gráficas ou metafóricas interessantes para o uso. Por isso foram selecionados na pesquisa de semelhantes.

Primeiramente, após estudos de contextos e práticas realizadas pelo Observatório de Economia Criativa do DF, foi estabelecido que para o presente projeto o aplicativo deveria se apresentar de maneira simples e breve, atuando como um *toolkit* com a qual usuários pudessem instruir-se e replicar as metodologias apresentadas. Como uma função adicional ao aplicativo, foi criada

uma sessão de projetos pessoais para que o usuário pudesse manter simples notas e detalhes sobre quaisquer projetos que estivesse trabalhando no momento.

É essencial também mencionar que, apesar de terem sido escolhidas apenas dez metodologias para a demonstração do aplicativo, o mesmo foi desenvolvido para que suportasse um número maior de conteúdo posteriormente adicionado.

Os estudos foram feitos voltados para desenvolvimento em plataforma Android uma vez que esta apresenta uma maior liberdade de opções em relação aos demais no que diz respeito a um trabalho de conclusão de graduação. Entretanto, não é descartada a possibilidade de ajustes para que se desenvolva um modelo em plataforma iOS posteriormente.

3.2. Naming

A escolha de um nome para o aplicativo se apresentou bastante complexa. A ideia base do aplicativo era que ele mesmo atuasse como ferramenta de trabalho sempre acompanhando o usuário em todo o caminho de seu projeto. Logo, foi pesquisado um nome que associasse essa relação entre o usuário e seu projeto.

Ademais, um nome em língua estrangeira talvez criasse um estranhamento aos potenciais usuários não fluentes. Entretanto, devido a simplicidade de algumas palavras estrangeiras, esta preocupação poderia ser desconsiderada.

Foi então realizada uma breve pesquisa sobre a origem da palavra que representa o aplicativo em sua totalidade. A palavra “método” vem do grego, *methodos*. Ela é composta por “meta” (através de, por meio) e de “hodos” (via, caminho). Em resumo, método é, antes de tudo, ordenar um trajeto por meio do qual se possa alcançar os objetivos projetados.

Por meio da etimologia da palavra “método”, se chegou a palavra que serviria de base para o nome escolhido do aplicativo. O conceito de que o aplicativo proposto pudesse servir de caminho para uma melhor compreensão do uso de

técnicas do design participativo acabou por ser a escolha para a criação do nome do mesmo.

Porém, o nome Hodos não expressava de maneira agradável o que foi procurado transmitir por meio do aplicativo. Portanto, foram retiradas as duas últimas letras, resultando no nome final de HOD. O nome é apresentado em *all caps* – todas maiúsculas – para que haja uma homogeneidade do título, assim como para a elaboração de sua identidade visual.

3.3. Identidade Visual

A primeira etapa a ter sido feita para a elaboração da identidade visual foi aliar o conceito determinado com estilos gráficos. Um painel semântico – *mood board* – auxilia a entender qual sentimento se deseja transmitir pelo produto. O painel semântico elaborado (Figura 8) traz conceitos de caminhos a serem traçados; mapas que oferecem uma direção; circuitos conectados. Suas cores alegres fazem referência a um ambiente amigável e confortável. A partir dele, foram gerados elementos gráficos referentes a conexões, caminhos e ligações.

Figura 8 – Painel Semântico



Fonte: Elaborado pela autora

Subsequentemente, iniciou-se a criação de uma paleta de cores simples e breve (Figura 10). O estudo das cores foi feito a partir de tons presentes na horta comunitária de Itapoã (Figura 9) e representam o céu, terra e plantas. Complementarmente, uma pequena paleta de cores auxiliares foi desenvolvida para possíveis outras funções no aplicativo.

Figura 9 – Horta comunitária



Fonte: Judice, Andrea (2016)

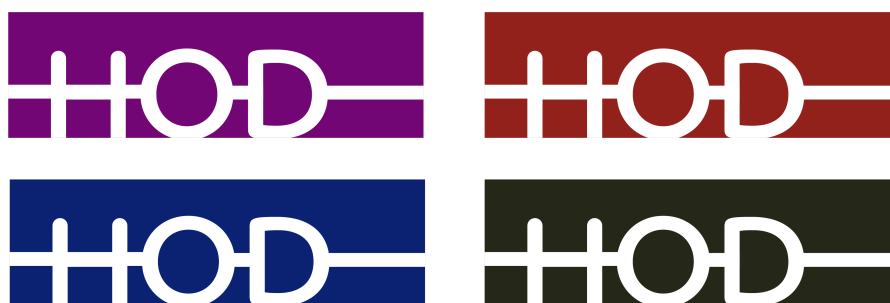
Figura 10 – Paleta de Cores



Fonte: Elaborado pela autora

Para a criação do logotipo (Figura 11), levou-se em consideração o conceito elaborado pelo nome e também pelo painel semântico. Foram levantadas questões de caminhos, conexões e comunicação. O mesmo se deu para o desenvolvimento do ícone para aplicativo (Figura 12).

Figura 11 – Logotipo



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 12 – Ícone de Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora

4 RESULTADOS

4.1. Conteúdo

Foram selecionadas dez metodologias participativas para serem apresentadas no aplicativo. Todas elas foram aplicadas em projetos passados organizados pelo Observatório de Economia Criativa do DF.

Como o aplicativo proposto servirá de ferramenta para que seus usuários possam aprender, aplicar e replicar tais metodologias é necessário além de estudar como cada uma é utilizada mas também entender a maneira mais eficiente de traduzir tais metodologias para uma linguagem comum a todos.

Complementarmente, é costumeiro se utilizar de várias das metodologias citadas em diferentes etapas ou simultaneamente de maneira a integrar e tornar o processo mais completo.

A primeira metodologia possui o nome informal de “*Post-its* Aleatórios”. Esta baseia-se em reunir diferentes agentes e apresentar-lhes um conjunto de palavras-chave com as quais estes vão escrever as primeiras palavras que pensarem em diferentes papéis, ou *post-its* como são frequentemente utilizados. Esta ferramenta é bastante útil nas etapas iniciais de projetos para que se possa ter um conjunto diverso de palavras-chave e assim facilite na convergência de ideias comuns que eventualmente surgirem.

A seguir, a segunda metodologia chamada “Mapa Mental”, apresenta um nome mais comum e de fácil compreensão. Os Mapas Mentais (Figura 13) podem ser feitos em papel ou digitalmente e apresentam uma rede de relacionamentos e *links* composta ao redor de um conceito inicialmente cedido pelo mediador (designer). Também bastante usada em fases iniciais.

então, estímulos ambientais, externos, pessoais e costuma ser documentada através de gravações, anotações e vídeos.

Figura 14 – Entrevista Empática



Fonte: JUDICE (2014). Design for Hope

Em seguida, temos a “Contação de Hist3ria”, ou *Storytelling*, onde se constroem narrativas para descrição de diferentes etapas do serviço. As hist3rias podem contar desde experi4ncias pessoais de usu4rios at4 simples passos de produção. Sua finalidade 4 envolver e criar empatia para que as ideias n4o se percam fora do contexto.

“Personas” 4 uma ferramenta bastante 4til ao que se diz respeito a definir um p4blico-alvo. S4o elaborados personagens fict4cios para representar um determinado grupo e facilitar assim o entendimento do que o serviço/produto se prop4e a fazer. Costuma-se usar as informaçoes geradas a partir das ferramentas anteriormente citadas para nortear a criação de tais personagens. Isso permite a equipe compreender as vontades e motivaoes de diferentes *stakeholders*.

A ferramenta de “Cen4rios” prop4e descrioes de leg4timas situaoes hipot4ticas em que s4o utilizadas as personas previamente elaboradas. Essa

técnica é usada de maneiras muito diferentes, podendo ser utilizada para auxiliar numa decisão crucial de projeto, para avaliar as características do projeto ou para demonstrar as características do artefato projetado em uso. Usualmente usada em forma de narração, tem relação com a Contação de História.

A seguir, “Desenho e Colagens” (Figura 15) indica de maneira nítida o que se espera desta ferramenta. Se utiliza de desenhos e colagens feitos com papel, canetas, lápis, fotos e uma vasta gama de materiais e pode ser usada em diferentes etapas do processo e com diferentes *stakeholders*. Esta ferramenta é importante principalmente pois nem todos os indivíduos conseguem transmitir ou entender uma mensagem por meio de palavras. Assim, os desenhos e colagens permitem que uma informação seja divulgada de maneira agradável e simples de compreender.

Figura 15 – Desenhos e Colagens



Fonte: OBED-DF (2016)

O “*Mapa de Stakeholders*” acaba por ser mais dificultoso porém de extrema importância, pois ele que apresentará – visual ou fisicamente – os diversos públicos envolvidos em determinado serviço, desde o investidor, fornecedor, produtor até o usuário. Isso é feito que se possa destacar qualquer possível problema e explorar potenciais de oportunidade. O Mapa permite também que

diferentes grupos sejam categorizados de forma que facilite uma mobilização de recursos caso necessário.

Por fim, o “Protótipo” (Figura 16) retrata uma simulação do serviço/produto. Comumente usado para produtos físicos e digitais, ele representa uma dramatização das funcionalidades em escala real. Não há necessidade de serem utilizados materiais reais, porém é preciso que seja possível testar de forma efetiva as soluções do produto. Uma maneira simples e barata de se resolver eventuais problemas antes da produção final.

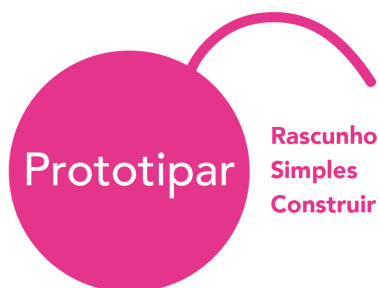
Figura 16 – Protótipo



Fonte: Judice, Andrea (2016)

4.3. Telas Finais

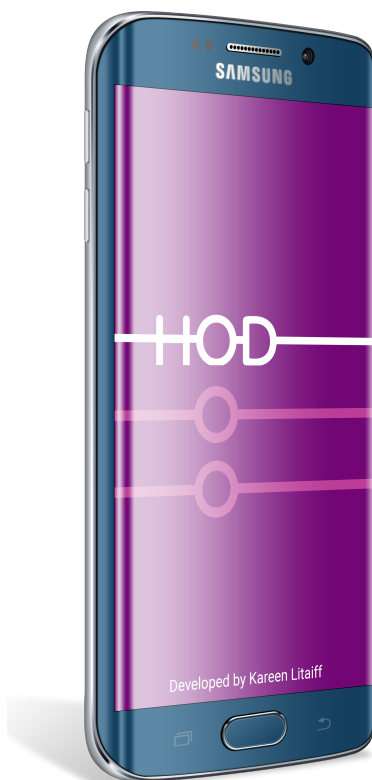
Figura 18 – Service Design: Prototipar



Fonte: Elaborado pela autora

A seguir (Figura 19), são apresentadas as telas finais desenvolvidas para o protótipo. Primeiramente, um exemplo de como seria a tela inicial de carregamento.

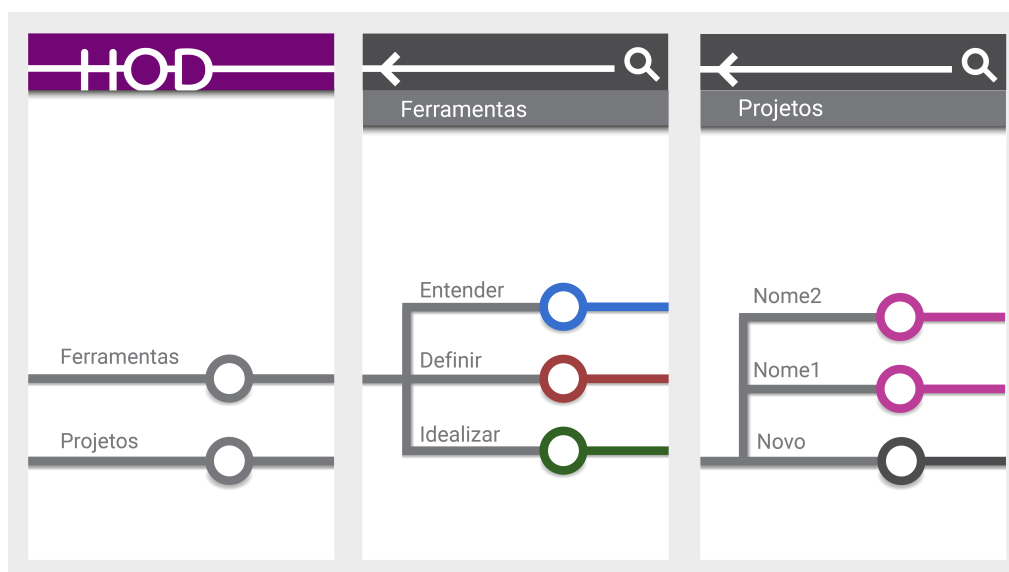
Figura 19 – Tela Inicial



Fonte: Elaborado pela autora

As próximas 3 telas (Figura 20) representam, respectivamente, a tela inicial de menu seguida dos dois caminhos possíveis de consulta às ferramentas e de projetos pessoais. Graficamente, as linhas de cada cor especifica seguem o mesmo caminho nas diferentes telas.

Figura 20 – Telas de Menu: Inicial/Ferramentas/Projetos



Fonte: Elaborado pela autora

Ao escolher o menu de Ferramentas, o usuário pode decidir então por quatro caminhos. Pesquisar cada ferramenta pelas categorias de etapas listadas no menu, ou usar o ícone de busca para pesquisar algum nome específico que esteja procurando. As telas de listagem desta fase são bastante similares (Figura 21), apenas havendo pequenas mudanças nas cores e espaçamentos para que haja coerência no caminho gráfico que as linhas executam.

É importante ter em vista de que o aplicativo foi desenvolvido levando em consideração a possibilidade de adicionar variadas ferramentas. No caso em que nem todas conseguiriam ser amostradas na tela, a tabela teria então uma função de rolagem. Em caso de muitas ferramentas estarem disponíveis, a barra de busca tem a função de facilitar a pesquisa.

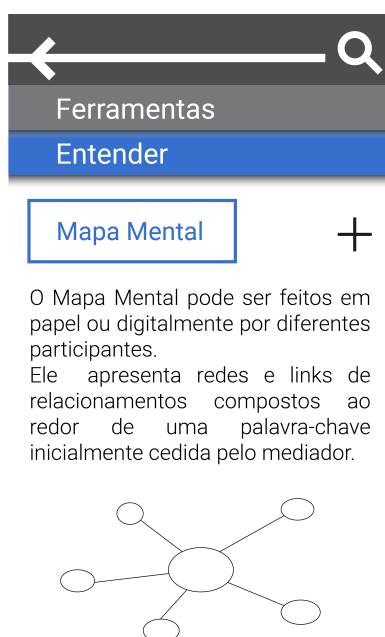
Figura 21 – Telas de Ferramentas



Fonte: Elaborado pela autora

Ao clicar na ferramenta escolhida, uma nova tela aparecerá (Figura 22). Ela apresentará os detalhes e explicação da metodologia selecionada podendo também conter imagens demonstrativas. Na tela apresentada da figura 18 é possível também adicionar a ferramenta aberta em um ou mais dos projetos pessoais que o usuário tenha criado.

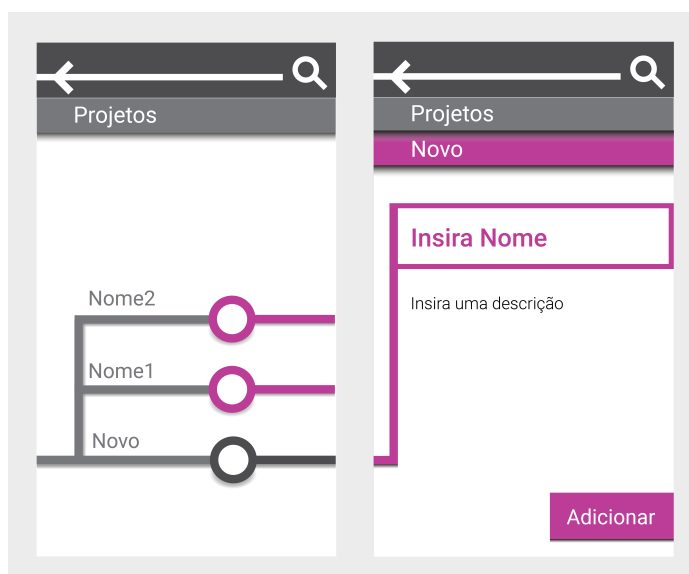
Figura 22 – Tela de Detalhes da Ferramenta



Fonte: Elaborada pela autora

O segundo caminho pelo qual o usuário pode fazer é ir para o menu de projetos pessoais. Este menu exibe uma lista de projetos que o próprio usuário cria para que possa tomar notas ou guardar ferramentas específicas para cada projeto. No mesmo menu, o usuário também possui a opção de criar um novo projeto, no qual ele acrescentará um nome e descrição (Figura 23).

Figura 23 – Tela de Menu Projetos/Tela de Novo Projeto



Fonte: Elaborado pela autora

Por fim, as próximas telas (Figura 24) apresentam como os projetos pessoais do usuário são expostos e quais informações eles contêm. Por ser uma versão simples, decidiu-se que nesta fase inicial, apenas notas escritas e ferramentas seriam adicionadas. Assim o usuário é capaz de utilizar o aplicativo como uma espécie de organizador ou diário.

Figura 24 – Telas Projeto/Metodologias/Notas



Fonte: Elaborado pela autora

Percebe-se que todos os menus e tabelas são indiretamente relacionados, mesmo em telas diferentes, graficamente através do posicionamento das linhas. Uma pequena aba superior também se torna presente para que o usuário saiba sua localização dentro do aplicativo.

Espera-se que com este aplicativo, o público-alvo consiga ao menos compreender aplicação das ferramentas selecionadas de maneira a criar uma autonomia em seus empreendimentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E TRABALHOS FUTUROS

Ainda há muito que se possa fazer com o tema de Design de Serviços aliado à tecnologia. E muito mais ainda que se possa acrescentar no trabalho apresentado. Devido ao tempo curto, e até a limitações profissionais e técnicas, não foi possível desenvolver um produto final mais complexo e elaborado.

Figura 25 – Service Design: Testar



Fonte: Elaborado pela autora

Para futuros trabalhos, deverão ser elaborados testes com usuários em contexto, uma vez que não houve a oportunidade para testes com o produto final. Ao mesmo tempo, melhorias de usabilidade e acessibilidade podem ser estudadas. Além de adaptar o aplicativo para suporte em plataforma iOS.

Mais adiante, aproveitar a pluralidade de mídias que uma plataforma digital oferece para expandir as funções do aplicativo, adicionar perfis de rede sociais, permitir interação entre usuários e também fornecer uma base de conteúdo mais abrangente transmídia e multimídia.

Em sumo, o trabalho apresentado teve como foco o início de uma vasta gama de possibilidades de criação. Ele promove, como projeto de graduação, a oportunidade de contribuir de maneira direta e indireta a comunidade para que seus indivíduos possam se desenvolver como empreendedores sociais.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Ministério da Cultura (MinC). **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071>> Acesso em 8 ago. 2016.

CARROLL, John. **Scenariobased design: envisioning work and technology in system development..** New York: Wiley, 1995.

CODEPLAN - Companhia de Planejamento do Distrito Federal. **Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal**. Disponível em <http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/pesquisa_socioeconomica/politicas_sociais/Panorama%20da%20Economia%20Criativa%20no%20Distrito%20Federal.pdf> Acesso em 4 ago. 2016.

HOWKINS, John. **The Creative Economy**. UK: Penguin, 2001.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1880.pdf> Acesso em 3 nov. 2016.

JUDICE, Andrea. **Design for Hope**. Helsinki: Aalto University, 2014.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O que é Economia Criativa?**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa,3fbb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD#conceito>> Acesso em 21 set. 2016.

SHARP, Helen; ROGERS, Yvone; PREECE, Jennifer. **Design de Interação: Além da interação humano-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

STICKDORN. M; SCHNEIDER, J. **Isto é Design Thinking de Serviços. Fundamentos – Ferramentas – Casos.** Porto Alegre: Bookman, 2014.